

Wydawcy a open access

Bożena Bednarek-Michalska
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Przyczyna zmian

Przyczyną bezpośrednią dynamicznych zmian w świecie nauki i otwierania zasobów, było nie tylko upowszechnienie się Internetu, stosunek naukowców do starego systemu, ale przede wszystkim nieustannie rosnące ceny czasopism naukowych i baz danych, czyli względy ekonomiczne. Naukowcy przewidywali obniżenie kosztów produkcji, subskrypcji czasopism czy kupna książek, ale tak się nie stało, ceny uparcie rosły. *Raport Association of Research Libraries (ARL), w którym stwierdzono, że średni koszt czasopism z zakresu nauk ścisłych, medycznych i technicznych (STM) wzrósł w latach 1986-2002 o 227%, a wydawnictw zwartych o 75%, podczas gdy ceny towarów konsumpcyjnych wzrosły tylko o 64%. W tym samym okresie w budżetach bibliotek ARL wydatki na zakup czasopism zwiększyły się o 9%, przy jednoczesnym spadku kwot na zakup wydawnictw zwartych o 5%.*

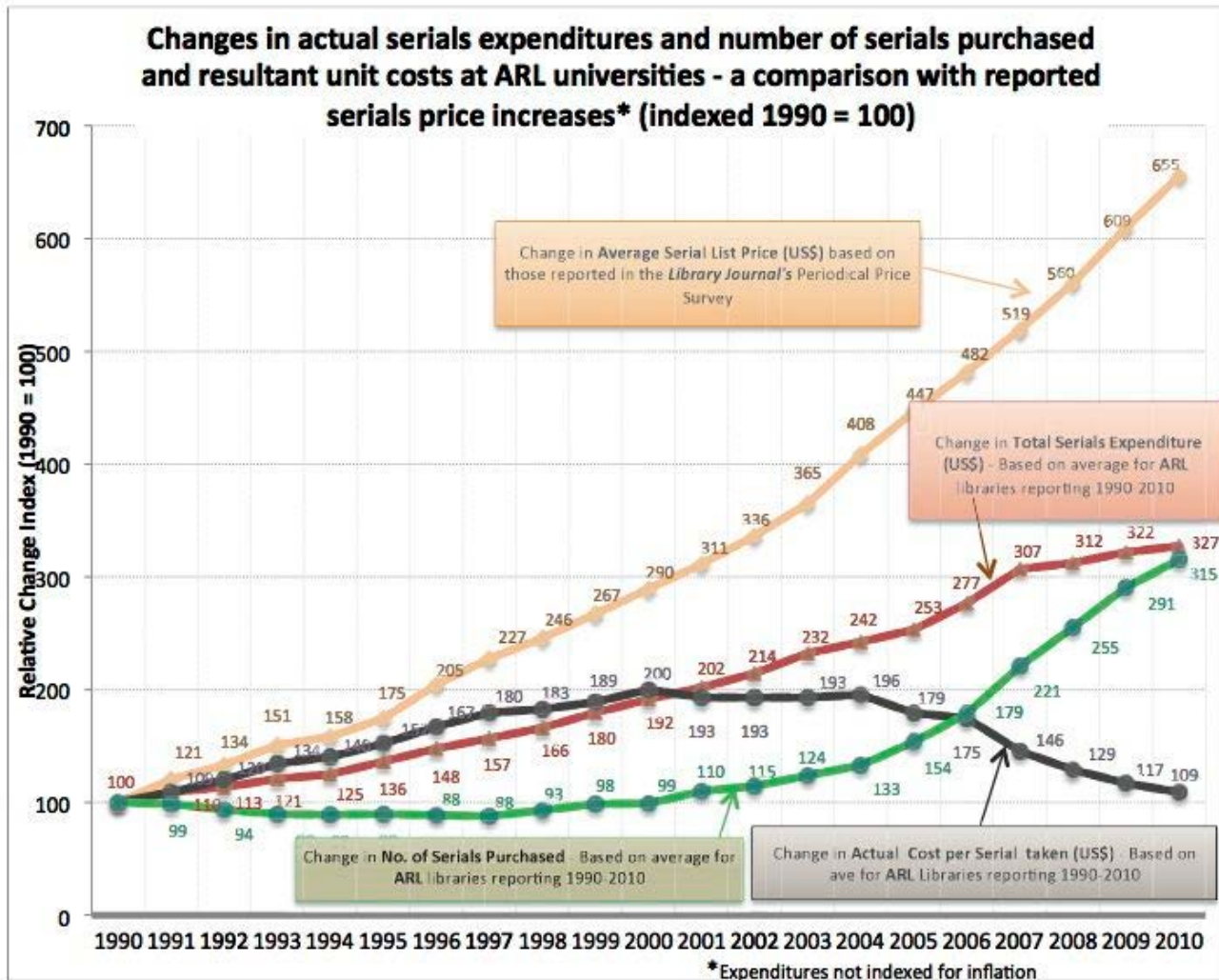
Mongraph and Serial Costs in ARL Libraries 1986-2002. [Dokument elektroniczny].

<http://www.arl.org/stats/arlstat/graphs/2002/2002t2.html>.

Jak technologie i Internet zmieniły ceny?

Przemysł wydawniczy, a szczególnie publikowanie prac naukowych, w ostatnich latach dokonał skoku technologicznego nie tylko w zakresie produkcji czasopism i książek, ale i ich dystrybucji. Spowodowało to zmiany cenowe, a konkretnie poważne **obniżenie kosztów produkcji** we wszystkich obszarach, szczególnie tam, gdzie papier zastąpiono wersją elektroniczną dokumentu, magazyny składowe — bazami danych, a samochody dostawcze — siecią elektroniczną. **Ale wydawcy podnosili ceny sprzedaży.**

Wydatki na subskrypcję czasopism w USA



Kent Anderson, Revisiting: Have Journal Prices Really Increased Much in the Digital Age?

<https://scholarlykitchen.sspnet.org/2016/03/10/revisiting-g-have-journal-prices-really-increased-much-in-the-digital-age/>

Koszty publikowania

THE COST OF PUBLISHING

JOURNAL PRICES VARY WITH INFLUENCE AND BUSINESS MODEL.

Price of prestige

Open-access prices correlate weakly with the average influence of a journal's articles.

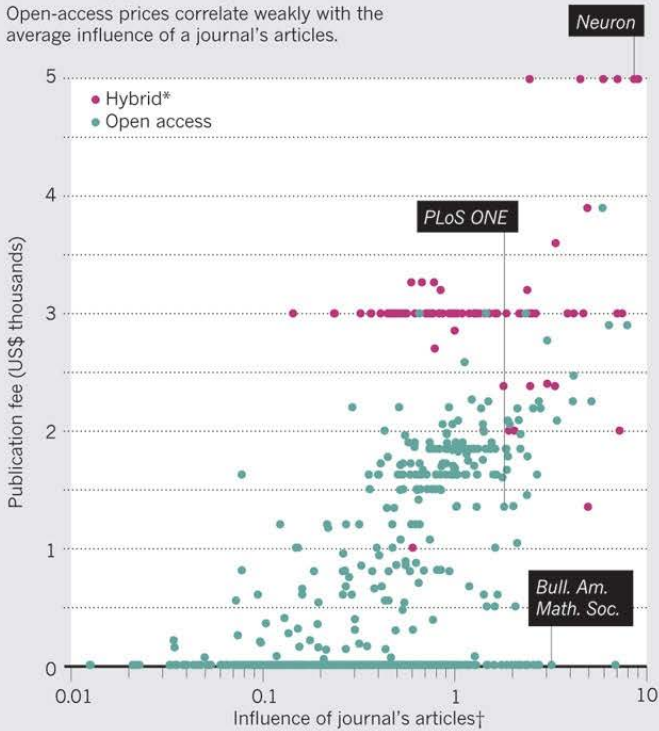


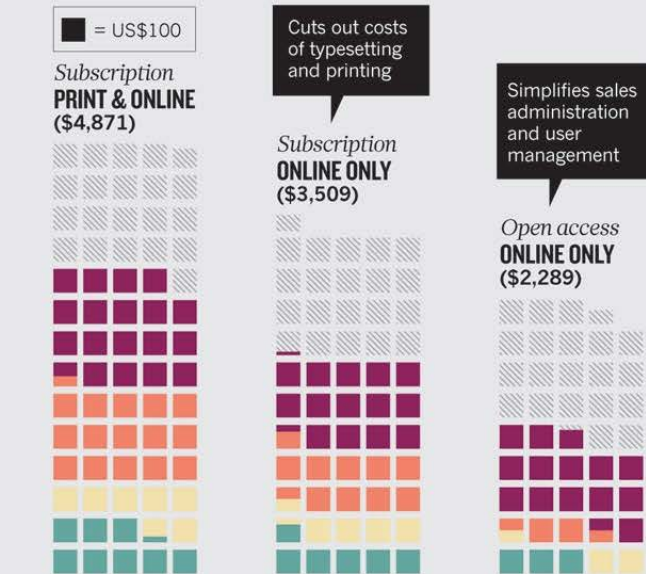
Chart omits open-access journals yet to receive an Article Influence® score.

*Subscription journals that give option of open-access publishing. †Relative score, in which 1 = global average.

The Article Influence score measures the relative importance of a journal, based on the average influence of an article in that journal over 5 years after publication, and normalized so that the global mean influence is 1. Like the impact factor, Article Influence is based on citation counts, but gives heavier weight to citations from papers in journals that are themselves highly cited. See www.eigenfactor.org/openaccess for more.

How costs break down

An economic model shows how switching from subscription to open access changes the costs of publishing.



Voluntary peer review (not counted in price)

Additional cost if reviewers were paid for their time.

Article processing

Administering peer review (assuming average rejection rate of 50%); editing; proofreading; typesetting; graphics; quality assurance.

Other costs

Covers, indexes and editorial; rights management; sales and payments; printing and delivery; online user management; marketing and communications; helpdesk; online hosting.

Management and investment

Includes cost to establish journal: assumed 20% subscription; 15% open access.

Margin

Assumed 20% subscription; 15% open access.

Data from J. Houghton et al. *Economic implications of alternative scholarly publishing models* (Joint Information Systems Committee, 2009). available at go.nature.com/uqrqvw.

Realny koszt pracy nad artykułem wynosi około 600\$, reszta to jest opłata za prestiż.

Polityki państw zmieniły podejście wydawców

Gdyby nie naukowy ruch społeczny open access ceny nadal byłyby dyktowane przez największych graczy na rynku wydawniczym.

- Polityka USA - ustawy
- Polityka UE - rekomendacje
- Polityki państw: Holandia, Niemcy, Polska
- Polityki Fundatorów.

Wydawcy zaczęli się po roku 2005 przystosowywać do zmian i poszukiwać dobrych dla siebie rozwiązań biznesowych. Powstało także wiele nowych podmiotów nie mających nic wspólnego z nauką, ale widzących dla siebie możliwości zarobkowania.

Polityki wydawców

Baza danych [Sherpa/Romeo](#) (2364 wydawców)

The screenshot shows the SHERPA/RoMEO website. At the top, there is a green header with the SHERPA/RoMEO logo and the tagline "... opening access to research". Navigation links include Home, Search, Journals, Publishers, FAQ, Suggest, and About. Below the header, the main content area is titled "Publisher copyright policies & self-archiving". On the left, there is a search section with radio buttons for "Journal titles or ISSNs" and "Publisher names", a search input field, and radio buttons for "Exact title", "starts with", "contains", and "ISSN". There are also links for "Advanced Search", "Search", and "Reset". A note below the search section reads: "Use this site to find a summary of permissions that are normally given as part of each publisher's copyright transfer agreement." On the right, there are sections for "Special RoMEO Pages" (with a "More >>" link), "Additions and Updates" (with an "RSS Feed" link), and "Other SHERPA Services". The footer contains the copyright information "© 2006-2017, University of Nottingham" and a "Contact us" link. The Jisc logo is also visible in the bottom right corner.

RoMEO jest częścią usług SHERPA znajdujących się na University of Nottingham. Jest rozwijany i opłacany przez JISC, wcześniej także Wellcome Trust and RLUK.

<http://www.nature.com/news/open-access-the-true-cost-of-science-publishing-1.12676>.

Modele ekonomiczne wydawców naukowych

Tak powstały nowe modele ekonomiczne.

1. Reklama (Advertising) – firmy zamieszczają reklamy
2. Masowa zbiórka (Crowdfunding) – zbieranie pieniędzy wśród czytelników, fanów
3. E-handel (E-commerce) - jest to model, w którym firma komercyjna oferuje sprzedaż produktów dodatkowych konkretnej grupie docelowej (np. Informatycznych).
4. Fundusz gwarantowany (Endowments) - jest to model oparty na tworzeniu żelaznego funduszu na określony cel, w tym przypadku, promocję badań danej instytucji. (Max Planck Society)
5. Fundusze pozyskane (Fund-raising) - model ten opiera się na pozyskiwaniu darów, dotacji, grantów na utrzymanie czasopisma ze źródeł zewnętrznych.
6. Mieszany (Hybrid) – opłaty dotyczą tylko wskazanych do otwarcia tekstów.
7. Wsparcie instytucjonalne (Institutional subsidies) – w tym modelu instytucja naukowa utrzymuje swoje czasopisma.
8. Składki członkowskie (Membership dues) – model ekonomiczny czasopism towarzystw naukowych, które są utrzymywane ze składek.
9. Druga edycja płatna (Priced editions) – jest to model, w którym sprzedaje się egz. drukowane, a elektroniczne są za darmo, zwykle są uboższe w treść.
10. Opłata za publikację artykułu (Publication fees) – płaci się za tekst po jego publikacji.
11. Opłata za dostarczenie rękopisu (Submission fees) – płaci się niewielkie kwoty za przesłanie tekstu do redakcji.
12. Czasowy dostęp (Temporary OA) – wydawca otwiera czasopismo na 2 miesiące, a potem zamyka je i dodaje do pakietu subskrypcji.
13. Dodatkowe usługi (Value-added services) – wydawcy żyją z dostarczania usług dodatkowych.
14. Wsparcie wolontariuszów (Volunteer effort) – pracę na rzecz wydawcy wykonują wolontariusze.

Problemy na rynku wydawniczym

Świat komunikacji naukowej staje się dżunglą, w której zwyktemu naukowcowi coraz trudniej się poruszać. Nie mając specjalistycznej wiedzy, ani narzędzi, często nie jesteśmy w stanie odróżnić czasopism kiepskich od „fałszywych” czy drapieżnych.

E. Kulczycki, Warsztat badacza. Blog naukowy. http://ekulczycki.pl/teoria_komunikacji/uwazajcie-na-oszustow-w-czasopismach/.

Internet i technologie mają swoje dobre i złe strony

Problemy na rynku wydawniczym

Starzy wyjadacze:

- Zawyżanie opłat za artykuł w modelu opłat autorskich (APC) – wydawcy bardzo różnie liczą opłaty za wyprodukowanie jednego artykułu od 600\$ do 3000\$ i więcej.
- Sprzedaż bibliotekom drogich pakietów wiązanych w subskrypcjach (to co potrzebujesz i to czego nie chcesz).
- Big-deal – umowy z ministerstwami i zakupy dla całego kraju. Dyktowanie warunków krajom nie mającym przebicia.
- Restrykcyjne umowy prawno-autorskie z przenoszeniem wszystkich praw na wydawcę.
- Embargo dla repozytoriów i inne.

Jak wyjść z tej pułapki?

Donatorzy, uczelnie, fundacje mogą:

- Twardo negocjować ceny subskrypcji czasopism czy to na poziomie kraju czy instytucji.
- Sprawdzać czy publikacje z grantów (Fundacje) są rzetelnie przygotowane i publikowane w zaufanych wydawnictwach.
- Tworzyć listy zaufanych czasopism i wydawców spełniających nie tylko kryteria formalne, sprawdzać je.
- Wspomagać autorów w zakresie prawa autorskiego. UE – opracowała aneksy do umów z wydawcami, gdzie zapisano np. wymagania uczelni względem pracowników i ich utworów.
- Być w kontakcie z bibliotekarzami akademickimi, którzy współpracują z wydawcami i mogą sprawdzić wszystko, co budzi wątpliwości.

Dobra praktyka: Umowy z wydawcami w Holandii

Uniwersytety holenderskie mają ten sam cel, co ich ministerstwo nauki: dojść do 60% publikacji (wytworzonych za publiczne pieniądze) otwartych do roku 2018, a 100% do 2024. Negocjacje ze Springerem, SAGE, Wiley w tej chwili zakończono, prace trwają z Elsevierem. Biblioteki negocjują z mniejszymi wydawcami. Wszyscy są wspierani przez SURFmarket: http://www.vsnu.nl/en_GB/faq-oa-onderhandelingen.html.

Negocjacje z roku 2016 między VSNU (Stowarzyszenie Uniwersytetów Holenderskich) a Wiley'em doprowadziły do bezprecedensowego porozumienia obejmującego lata 2016-2019. Zapewnia ono studentom i badaczom holenderskich uniwersytetów dostęp do zawartości wszystkich czasopism Wileya zakupionych w subskrypcji i umożliwia autorom holenderskich uniwersytetów korzystanie z nieograniczonej dostępności publikacji w czasopismach hybrydowych Wileya (jest ich około 1400), bez opłaty wydawniczej nakładanej na poziomie artykułu. Uregulowanie to przyczyni się do znacznego wzrostu liczby otwartych artykułów opublikowanych z Holandii.

Wednesday 3 February 2016 http://www.vsnu.nl/en_GB/news-items.html/nieuwsbericht/243.

Drapieżcy

Nowi drapieżni gracze:

Coraz więcej jest na rynku wydawców OA o nieznanej proweniencji, nie mających procesu redakcyjnego, nie recenzujących artykułów, publikujących wszystko na życzenie, bez zachowania standardów jakości naukowej, ale za to za opłatą. ([Artykuł w Vox Media](#) z 2014 roku). [Badania](#) Emanuela Kulczyckiego z UAM i jego zespołu.

Nadają swoim czasopismom tytuły zbliżone do innych znanych, podają fałszywy IF, zabiegają agresywnie o nazwiska do rad naukowych, wpisują nazwiska naukowców w redakcji bez ich zgody, itp.

Zastraszają krytyków prowadząc kampanie w Internecie. [Kontrowersyjne listy](#) Jeffrey Bealla drapieżnych wydawców zostały zlikwidowane. [Science pisze o tym w styczniowym numerze.](#)

Jak wyjść z tej matni?

Autorzy

Ostrożnie dobierać czasopisma i wydawców (bardzo dokładnie analizować informację, która przychodzi, sprawdzać adresy URL, numery ISBN, rady naukowe, pytać o recenzentów, IF, pytać do jakiego stowarzyszenia należą, itp.)

Sprawdzać zaufane listy czasopism i wydawców (Regensburska, DOAJ, [Master Journal List](#), EBSCO, [ERIC](#), ISBN,ISSN, [ZETOC](#), [Scopus](#), [INASP](#), narodowe listy, stowarzyszenia wydawców, [lista Harzing](#))

Być w kontakcie z bibliotekarzami akademickimi, którzy współpracują z wydawcami i mogą sprawdzić wszystko profesjonalnie.

Stowarzyszenie wydawców OA

W roku 2007, kiedy wydawcy zaakceptowali nowe rozwiązania, powstała międzynarodowa organizacja wydawców otwartych The Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA) — <http://oaspa.org/>, która grupuje różnych wydawców komercyjnych i uczelnianych, małych i dużych. Ich celem jest opracowanie odpowiednich modeli biznesowych, narzędzi i standardów wspierających nowoczesną komunikację naukową.

IPA – międzynarodowe stowarzyszenie wydawców istniejące od 1896 roku.

ALPSP - Association of Learned and Professional Society Publishers – działa w Anglii od 1972 roku.

International Association of STM Publishers (STM)

Dobra praktyka

[Thing Check Submit](#) - kampania informacyjna [zaufanych organizacji](#), która ma pomóc autorom zidentyfikować czasopisma i wydawców.

The screenshot shows the homepage of the 'Think Check Submit' website. At the top, there is a navigation bar with three buttons: 'THINK' (red with an exclamation mark), 'CHECK' (orange with a checkmark), and 'SUBMIT' (green with a right arrow). Below the navigation bar, the text reads 'Choose the right journal for your research'. A main navigation menu includes 'Home', 'Think', 'Check', 'Submit', 'About', 'Arabic', and 'FAQ'. The central content area features a video player with the title 'Think Check Submit' and a description: 'Sharing research results with the world is key to the progress of your discipline and career. But with so many publications, how can you be sure you can trust a particular journal? Follow this check list to make sure you choose trusted journals for your research.' Below the video is a 'THINK' section with the text: 'Are you submitting your research to a trusted journal? Is it the right journal for your work?'. To the right, there is a 'Get involved - sign up for our mailing list here:' section with input fields for 'Full name' and 'Email address', a 'SEND' button, and a green box that says 'Thank you for your support!' with the text '506 people have clicked to show their support so far'. At the bottom right, there is a 'Latest news' section with a link: 'Think Check Submit now available in Czech! 1st March 2017. If you'd rather read about Think Czech Submit in the Czech language, you can do so here, thanks to...Read more...'. A footer link at the bottom right reads 'Help your colleagues find the right journal'.

Dziękuję za uwagę

**Bożena Bednarek-Michalska
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu**